

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**  
**БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**  
**ИНСТИТУТ ЖУРНАЛИСТИКИ**  
**Кафедра периодической печати**

**МОРОЗ**  
Виктория Сергеевна

**РЕКЛАМА В ДОРЕВОЛЮЦИОННЫХ ИЗДАНИЯХ**  
**(НА МАТЕРИАЛЕ ГАЗЕТЫ «НАША НІВА»)**

Дипломная работа

Научный руководитель:  
кандидат филологических наук,  
доцент кафедры периодической печати  
Харитонов С.В.

Допущена к защите  
протоколом №10 от 21.05.2015 г.

Зав. кафедрой периодической печати,  
кандидат филологических наук, доцент \_\_\_\_\_ О.М. Самусевич

Минск, 2015

## РЕФЕРАТ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ МОРОЗ В.С.

Работа включает введение, три главы, заключение, список использованных источников, материалы исследования, приложения. Количество использованных источников – 37 научных и 44 материала исследования, приложений – 2. Диаграмм – 8, рисунков – 7. Объем дипломной работы – 74 страницы.

Ключевые слова: РЕКЛАМА, ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ, РЕКЛАМА В ПРЕССЕ, ПЕЧАТНАЯ РЕКЛАМА XIX – XXВВ., СТАНОВЛЕНИЕ РЕКЛАМЫ, РЕКЛАМА В ГАЗЕТЕ «НАША НІВА».

Предмет исследования – реклама в дореволюционной прессе. Объект исследования – дореволюционные издания и газета «Наша Ніва». Цель исследования – анализ рекламы в дореволюционных изданиях.

Методы исследования – системно-типологический, структурно-функциональный и компаративный.

Анализ рекламы в печати XIX-XX веков помог нам получить определенные результаты: присутствовали коммерческие объявления, преобладала строчная и текстовая реклама, при составлении текстов применялись различные рекламные ходы, тематические приоритеты в рекламе отдавались сельскому хозяйству и культуре. Результаты проведенного исследования новы и представляют значимость, так как тема дипломной работы редко анализируется. Актуальность исследования обусловлена тем, что в исследуемый период формировались истоки рекламы, закладывались образцы оформления, написания и размещения рекламной информации, которые используются и сейчас.

Дипломная работа является самостоятельным авторским исследованием.

## РЭФЕРАТ ДЫПЛОМНОЙ ПРАЦЫ МАРОЗ В.С.

Працаскладаецца з уводзінаў, трох глаў, заключэння, спісу выкарыстаных крыніц, спісу матэрыялаў даследавання і дадаткаў. Колькасць выкарыстаных крыніц – 37 навуковыя і 44 матэрыялы даследавання, 2 дадатка. Дыяграм – 8. Малюнкаў – 7. Аб'ём дыпломнай працы – 74 страницы.

Ключавыя словы: РЭКЛАМА, ПСІХАЛАГІЧНАЕ ЎЗДЗЕЯННЕ, РЭКЛАМА Ў ПРЭСЕ, ДРУКАВАНАЯ РЭКЛАМА XIX - XX СТСТ., СТАНАЎЛЕННЕ РЭКЛАМЫ, РЭКЛАМА Ў ГАЗЕЦЕ «НАША НІВА».

Прадметдаследавання – рэклама ў дарэвалюцыйнайпрэсе. Аб'ектдаследавання – дарэвалюцыйныя выданні і газета «Наша Ніва». Мэта даследавання – аналіз рэкламы ў дарэвалюцыйных выданнях.

Метады даследавання – сістэмна-тыпалагічны, структурна-функцыянальны і кампаратыўны.

Аналіз рэкламы ў друку XIX-XX стагоддзяў дапамог нам атрымаць пэўныя вынікі: прысутнічалі камерцыйныя аб'явы, пераважала радковая і тэкставая рэклама, пры складанні тэкстаў ўжываліся розныя рэкламныя хады, тэматычныя прыярытэты ў рэкламе аддаваліся сельскай гаспадарцы і культуры. Вынікі праведзенага даследавання новыя і ўяўляюць значнасць, так як тэма дыпломнай працы рэдка аналізуецца. Актуальнасць даследавання абумоўлена тым, што ў даследаванні перыяд фармаваліся вытокі рэкламы, закладваліся ўзоры афармлення, напісання і размяшчэння рэкламнай інфармацыі, якія выкарыстоўваюцца і зараз.

Дыпломнаяпрацаз'яўляеццасамастойныматарскімдаследаваннем.

## ABSTRACT DIPLOMA WORK MOROZ V.S.

The work includes introduction, three chapters, conclusion, the list of references, the materials of the research, enclosures. The number of references – 37 scientific and 44 material of the research, 2 applications. Diagrams – 8, drawing – 7. The volume of the diploma thesis is 74 pages.

The keywords: ADVERTISING, PSYCHOLOGICAL INFLUENCE, ADVERTISING IN THE PRESS, PRINT ADVERTISING OF XIX - XX CENTURIES, FORMATION OF ADVERTISING, ADVERTISING IN THE NEWSPAPER "NASHA NIVA".

Object of research – pre-revolutionary publications and the newspaper "Nasha Niva". Subject of research – advertising in a pre-revolutionary press. The purpose of the research – analysis of advertising in the pre-revolutionary editions.

Research methods – systematic-typological, structural-functional and comparative.

The analysis of advertising in the press of XIX-XX centuries helped us to get the definite results: there were commercial advertisement, lowercase and text advertisement prevailed, when composing the texts various advertising courses are used, thematic priorities in the advertisement were given to agriculture and culture. The results of the research are new and represent the importance, as the topic of the diploma thesis is rarely analyzed. The relevance of the research determines the fact that in the analyzed period the origins of advertising formed, the samples of design, writing and placement of advertising information, which are used now, laid.

The diploma thesis is an independent copyright research.